www.frc.ch

Nº 20 – juillet-août 2009 – 6 francs – 4 euros

FRC MAGAZINE

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

INDÉPENDANT ET SANS PUBLICITÉ

UN, DEUX, TROIS... SOLEIL!

TESTS

Chargeurs solaires

Vestes de randonnée

Préservatifs

CAHIER SPÉCIAL 50e

Découvrez nos pages anniversaire pour pimenter votre été.

Shiva, Hélios et Zeus...

Ce mois est résolument placé sous le signe des dieux. Non que nous soyons tombés dans l'idolâtrie consumériste, rassurez-vous! Pour célébrer les 50 ans de la FRC, nous avons choisi de sortir des sentiers battus.

Le dieu Shiva, subitement devenu déesse de la consommation, ouvre ainsi notre cahier spécial «Karma Conso» (p.13). Il ne reste plus qu'à se laisser tenter: Barbie, l'icône de la société de consommation, fête, elle aussi, son demi-siècle d'existence...

Pour croquer la FRC avec humour et tendresse et rendre hommage à l'esprit contestataire de ses pionnières, quoi de mieux qu'un pastiche de magazine féminin? C'est l'occasion rêvée, et inédite, de rire de notre relation à la consommation, en mettant en scène une image de la femme contre laquelle se sont battues les activistes de la première heure. Celle d'une victime de la pub, rivée au seul plaisir d'acheter, qui se pavane avec son look d'enfer et se fiche éperdument de toute question sérieuse. On a beaucoup aimé se prêter au jeu. Gageons que le plaisir soit partagé...

A part ça, vous allez camper cet été? Imaginez ne plus avoir besoin d'une prise de courant pour recharger votre téléphone ou votre lecteur MP3. A la place, un panneau solaire: Hélios au service de nos joujoux technologiques. Les MacGyver de tous poils apprécieront, même si ces chargeurs souffrent encore de défauts de jeunesse (p.7).

Et si, en pleine balade, Zeus s'amuse à rassembler les nuages au-dessus de votre tête, vous pouvez ignorer ses caprices. La majorité des vestes de randonnées que nous avons testées vous protègent efficacement de la pluie et du vent, tout en évacuant la transpiration (p. 23). Bémol de taille, en revanche, la plupart des entreprises textiles qui les produisent sont muettes sur les conditions sociales de production.

Or «consommer, aujourd'hui, ne signifie plus seulement acheter au meilleur prix; la responsabilité sociale ou l'empreinte écologique comptent de plus en plus», a souligné la conseillère fédérale Doris Leuthard devant l'assemblée des délégués de la FRC, à l'occasion de ses 50 ans... Restons sérieux!

Bon été et bonne lecture!

Carole Pirker

SOMMAIRE

4-5 Coups de chapeau et Bonnets d'âne

6 La FRC vous défend

HUMEUR

21 Le billet de Lucie Rihs

FRC POLITIQUE

26 **Prix des livres importés**
Il devrait être plafonné

27 **Télécommunications**
Vers une plus grande transparence

TEST

7 **Chargeurs solaires pour portables**
Encore des défauts de jeunesse

12 **Ils ont testé pour nous**

22 **Vestes de randonnée**
Des performances convaincantes

28 **Préservatifs**
La qualité et le prix de 15 marques sous la loupe.

ARC/Jean-Bernard Sieber

CAHIER SPECIAL 50e

12 **Avec, en «guest star» Barbie,** l'icône de la société de consommation, qui fête, elle aussi, ses 50 printemps **(voir aussi p. 11).**

CELA VOUS EST ARRIVÉ

28 **Vol annulé**
Le passager a-t-il droit à une compensation?

IMPRESSUM

ÉDITEUR
Fédération romande des consommateurs

PRÉSIDENTE
Monika Dusong

RÉDACTRICE EN CHEF
Carole Pirker

RÉDACTION
Aline Clerc
agriculture, environnement
Luc-Olivier Erard
journaliste RP
Nadine Frossard
juriste Permanence
Huma Khamis
sciences, tests
Florence Bettschart,
droit
Valérie Muster
conseil Permanence
Anne Onidi
journaliste stagiaire
Nadia Thiongane
économie

PHOTO
ARC/Jean-Bernard Sieber

CONCEPTION ET RÉALISATION GRAPHIQUE
Martin Nieva et Jonas Pahud
atelier.graphique@pwnet.ch

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO
Mathieu Fleury
François Maret

POUR LE CAHIER SPECIAL
Ariane Ferrier
Réalisation graphique:
www.cayenne.ch
Illustration:
www.alain-robert.ch

COTISATION-ABONNEMENT
60 fr. par an (10 numéros),
2 ans 110 fr. (20 numéros)
étranger 80 fr. 10 numéros)
Abo de soutien à la FRC
90 fr. (2 ans 160 fr.)
CCP: FRC Lausanne 10-21314-6

ADRESSE RÉDACTION
www.frc.ch, info@frc.ch
cp 6151, rue de Genève 7,
1002 Lausanne
Tél. 021 331 00 90
Fax 021 331 00 91

COPYRIGHT
Tous droits réservés.
Aucun article de ce journal ne peut être reproduit ni diffusé sans autorisation expresse de la FRC ou de la rédactrice en chef.
L'utilisation des tests à des fins publicitaires est interdite.

ACCÈS WEB
Obtenez votre mot de passe sur www.frc.ch grâce à votre numéro de membre

IMPRESSION
Swissprinters IRL, Renens, sur papier certifié FSC (respectant l'environnement, blanchi sans chlore), 29 700 exemplaires

Prix du lait Les producteurs ne font plus leur beurre

Le marché actuel du lait ne garantit pas un revenu correct aux éleveurs.

Avec 1 fr. 20 le litre de pasteurisé à la Migros, le prix du lait a atteint un nouveau plancher. Il en va de même pour le prix payé aux producteurs, qui devraient toucher entre 58 et 60 centimes par kilo en mai (soit 58 à 62 ct. par litre). On est loin des 70 à 75 ct. obtenus après la grève du lait de juin 2008. Même en ajoutant les 15 ct. de paiements directs provenant de la Confédération, les exploitations ne couvrent plus leurs coûts, variant entre 77 et 120 ct. par kilo.

Instaurés en 1977 pour limiter la surproduction d'une denrée qui ne se stocke que partiellement, le système des contingents de production – qui attribuaient des quantités fixes à chaque producteur – a pris fin début mai 2009. Mais aucun autre système de gestion des quantités et du prix du lait n'a été mis en place. Or, depuis les augmentations négociées en 2008, les volumes produits ont augmenté, entraînant une surproduction de 5%, et donc une pression à la baisse des prix.

Pour Nicolas Bezençon, du syndicat Uniterre, «la fin des quotas a été mal anticipée et les 27 000 producteurs de lait ont trop tardé à s'organiser de manière à pouvoir défendre collectivement leurs intérêts face aux transformateurs», dont les quatre plus grands (Elsa, Cremo, Emmi, Hochdorf), réunis au sein de l'association Lait Suisse, représentent 80% du marché du lait, hors fromage.

DR

La situation actuelle a cependant poussé les producteurs à réagir, puisque la création d'une interprofession, annoncée pour le 29 juin, devrait permettre de mieux gérer les prix et les quantités.

Les consommateurs n'en profitent pas complètement

Apparente bonne nouvelle pour les consommateurs, cette baisse vaut surtout pour les buveurs de lait, et beaucoup moins, voire pas du tout, pour les mangeurs de yogourts et de beurre. En effet, la baisse des prix payés aux producteurs a été répercutée surtout sur le lait de consommation. *Le Bulletin du marché du lait* de mai 2009 indique que, grâce à la baisse des prix payés aux producteurs, la marge a augmenté en avril 2009. En outre, pour un produit aussi frais que le lait, une production de proximité, avec une qualité définie (alimentation à base d'herbe, sans OGM), doit être maintenue, ce qui implique que les producteurs doivent être rémunérés correctement dans un système qui reste à définir et qui garantisse également des prix justes pour les consommateurs. **Aline Clerc**

Bientôt du lait «équitable»?

Acheter son lait plus cher n'est pas la garantie que le supplément aille entièrement dans la poche du producteur, les intermédiaires se ménageant une marge plus importante. Le litre de lait biologique coûte environ 40 ct. de plus qu'un lait standard. Pourtant, le paysan pratiquant l'agriculture biologique ne touchera qu'un supplément de 12 à 15 ct. Un peu difficile à accepter pour le consommateur soucieux de la rémunération des producteurs! En Autriche, les producteurs de lait ont créé en 2006 un lait équitable (non biologique), vendu 10 centimes d'euro plus cher, montant qui revient aux producteurs.

Uniterre travaille en ce moment au développement d'un projet similaire en Suisse. Pour la FRC, cette démarche est intéressante car elle laisse la liberté de choix et elle amène de la transparence sur la question des prix.

A. C.

A la **Banque Migros**, qui livre aux détenteurs de comptes une clé USB qui fonctionne aussi avec les ordinateurs munis de Linux. Un geste pour les utilisateurs de logiciels libres!

A **Huber**, fabricant de boîtes aux lettres, qui envoie un cylindre neuf gratuitement après une casse. D'aucuns en auraient peut-être profité pour vous faire changer toute la boîte, allez savoir.

A **Manor**, dont le service clients a renvoyé rapidement le mode d'emploi d'une montre que le client avait perdu.

A **Photo GM**, à Lausanne. Avant qu'un client ne dépense 100 fr. en produits de nettoyage pour un appareil réflexe numérique, le vendeur propose de tenter lui-même la délicate manœuvre pour 10 francs, qui ne seront versés que si le résultat est probant.

A **Tui Voyages**, à Lausanne, qui a prolongé un bon échu pour la deuxième fois.

Il n'y a pas deux manières de faire du rosé!

Boire un verre de rosé sur une terrasse fait partie des plaisirs de l'été, même si sa méthode d'élaboration est généralement inconnue. Mélange de raisin rouge et blanc, cépage rosé, assemblage de vin blanc et rouge? Vous n'y êtes pas! Un rosé s'obtient avec du raisin rouge qui macère moins longtemps que pour le vin rouge. L'œil-de-perdrix est ainsi un rosé de pinot noir. Au niveau mondial, 90% des rosés sont produits de cette façon, unique méthode autorisée jusqu'à présent en Europe et en Suisse. Quelque 10% de la production mondiale, principalement d'Australie et d'Afrique du Sud, sont obtenus par coupage du vin blanc avec du vin rouge; ces vins sont tolérés à l'importation en Europe. Bruxelles envisageait d'autoriser cette méthode de production, très industrielle, pour les vins européens, et cela sans aucune obligation d'étiquetage permettant de distinguer ces deux produits. Les vignerons européens et suisses sont montés au créneau, avec succès, puisque la Commission européenne vient de retirer son projet.

A. C.

J.-B. Sieber

Transfert d'argent à l'étranger
Fonctionnement, offres et coûts

Chaque année, les migrants résidant en Suisse envoient plus de 11 milliards de francs d'économies dans leur pays d'origine. Ces transferts sont surtout effectués de manière informelle, par des amis, mais cette manne financière en constante augmentation attise aussi la convoitise d'une foule de sociétés de services. Quelles sont les offres, à quelles conditions et à quels coûts? La nouvelle brochure du Seco (Secrétariat d'Etat à l'économie), «Les transferts d'argent vers l'étranger», fait le tour de la question. Elle explique en huit langues (allemand, français, anglais, italien, albanais, bosniaque, macédonien et serbe) le fonctionnement des divers modes de transfert d'argent, et présente une vue d'ensemble de toutes les offres des banques, de La Poste, des entreprises de transfert de fonds et des systèmes de paiement en ligne pour faire parvenir ce soutien financier indispensable à bon port, rapidement et à moindre coût.

N. T.

J.-B. Sieber

Brochure disponible gratuitement sur: info.cooperation@seco.admin.ch ou au 031 323 83 32.

3,25%

Le taux hypothécaire de référence depuis le 3 juin. C'est le moment de réclamer une baisse de loyer!

0,75

La moyenne du nombre d'avions perdus par millions de vols. Une amélioration de 42% en dix ans, selon IATA.

Marketing Un «album Panini» tropical

Migros veut «préserver la planète». Tout auréolé de son titre de «détaillant le plus responsable à l'égard des hommes et de l'environnement», décerné par les représentants de la branche, le géant orange a lancé une énième trouvaille marketing, l'opération Stickers. Pour 5 francs l'album et cinq images par tranche d'achat de 20 francs, le distributeur incite nos têtes blondes à coller dans un cahier 200 autocollants de photos d'animaux tropicaux. La fièvre des albums Panini est de retour, envahit les préaux et fait monter le cours des bourses d'échange en tous genres. Depuis, les parents, mais aussi les grands-parents, sont devenus de joyeux clients captifs, et les enfants des superconsommateurs de déchets papier. Mais on respire: sur la thune que vous coûte l'album, un franc est reversé au WWF... **L.-O. E. – C. P.**

DR

A la **Migros de Renens**, qui étiquette «France» des abricots espagnols. Réponse du vendeur questionné: «Ils sont emballés en France.» Emballer un abricot, ça doit pas être aussi simple que de déballer une salade.

Au **Restaurant Grauholz**, sur une aire de repos de l'A1, qui demande un franc pour les toilettes. Un prix bien épicé, même si on peut le déduire d'une prochaine consommation, ce qui constitue une forme de contresens.

A **The Phone House**, car ses sbires prétendent «s'occuper de toutes les communications téléphoniques en Suisse». Rien que ça. Un bonnet d'âne, dont une oreille au moins revient à Swisscom et ses anglicismes récurrents qui favorisent largement la confusion.

Au **Beau-Rivage**, à Neuchâtel, qui refuse de servir de l'eau en carafe avec un repas. Soit le niveau du lac est trop bas, soit la caisse enregistreuse est à sec!

1,6 m²/habitant

La surface de magasins en Suisse, contre 1,1 en moyenne européenne.

18%

La proportion des trajets que les Suisses ont effectués en transports publics en 2008.

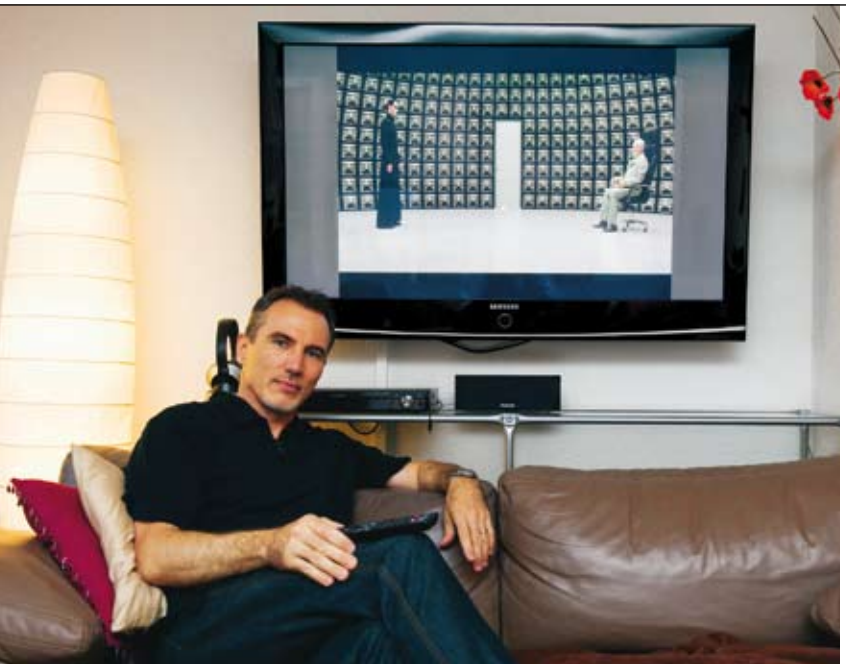
Appels internationaux

Pas de vraie baisse pour le roaming!

On attendait une nouvelle baisse des prix du roaming, suite au plafonnement des tarifs dans l'Union européenne (cf. p. 11). Elle est venue, mais pas tout à fait comme on l'espérait. Le 1er juillet, Swisscom baissera certes ses tarifs pour les communications, les SMS et le transfert de données à l'étranger... mais contre une option payante (World Option Flex) de 9 francs par mois. A votre calculette! Cela n'en vaut pas forcément la peine si vous êtes un petit consommateur de services mobiles, car les 9 francs sont facturés dès le premier appel passé à l'étranger. Et que font Orange et Sunrise? Leurs tarifs n'ont pas bougé, et ils campent sur leurs propres options (Travel Option et Sunrise Global). Pour éviter la douche froide au retour des vacances, une seule recette: utilisez votre mobile avec modération ou, mieux, mettez-le, lui aussi, au vert! **N. T.**

Istockphoto

Bonus Web: retrouvez nos conseils pour l'utilisation du mobile à l'étranger sur www.frc.ch



John Buttet aurait dû être mieux renseigné par Conforama.

Ecran plasma
Gare aux brûlures!

Les taches blanches qui apparaissent sur l'écran peuvent être évitées. Encore faut-il que les vendeurs informent les acheteurs.

«Après avoir acheté un téléviseur à écran plasma chez Conforama, je l'ai mis en service, aidé par la procédure intuitive proposée par le système, et sans consulter le mode d'emploi. Or j'ai été fort surpris de voir rapidement apparaître des taches blanches de plus en plus marquées sur les bords de l'écran. Pensant à un défaut, j'ai fait valoir la garantie, qui a été refusée par Conforama: le mode d'emploi explique comment éviter et réparer ce phénomène. Dois-je croire Conforama?»

John Buttet

Un litige?
Un problème?

Si vous êtes membre de la FRC, Nadine Frossard, juriste à la Permanence FRC, vient à votre secours. 0848 575 105 (tarif normal)

Pour les amateurs de films et de jeux vidéo, les écrans plasma sont fantastiques. Le rendu des couleurs est magnifique, le noir est plus noir, bref! un excellent choix. Tous les spécialistes vous le diront. Sauf que tout n'est pas aussi simple.

Ça brûle!

Les taches blanches visibles sur l'écran de John Buttet, en bordure des formats 4:3 et 16:9, se sont accentuées avec le temps. Aucun vendeur ne l'a prévenu de l'apparition de telles taches. Pis, le service après-vente de Conforama ignore tout de celles-ci. Pourtant, Stéphane Tinguely, de la société TST Electronic à Villars-sur-Glâne, est catégorique: «Il s'agit d'un phénomène connu. Il survient lorsque l'image ou une partie de l'image, comme le logo de la chaîne ou les bandes noires des films, reste longtemps figée. Il s'agit là de brûlures de l'écran, et tous les appareils à technologie plasma sont concernés.»

Et l'information alors?

On peut donc légitimement se demander pourquoi les vendeurs n'avertissent pas leurs clients. S'agit-il d'une mauvaise connaissance des produits? de mauvaise volonté? d'incompétence? En tous les cas, l'acheteur est mis en situation d'acquérir un produit qui, inévitablement, va se dégrader, sans qu'on le lui ait annoncé. Bien sûr, le mode d'emploi contient une longue explication, précisant non seulement comment éviter la rémanence de l'image, mais aussi comment la réparer. Toutefois, une information par oral serait bien préférable, afin que le consommateur sache ce qu'il achète et qu'il dispose ainsi d'un vrai choix.

Sur le plan juridique, on ne peut rien reprocher à Conforama. Mais, éthiquement et écologiquement, l'attitude adoptée est discutable. Certes, l'appareil est muni d'un processus qui fait disparaître les taches, mais il faut pour cela le laisser enclenché, sans image, durant au moins une heure. Lorsqu'on sait que les écrans plasma sont très gourmands en énergie, l'information complète de l'acheteur prend tout son sens. Un client dûment informé pourrait renoncer au plasma pour un écran LCD, dont l'avancée technologique est remarquable et la consommation bien plus raisonnable.

Dans le cas particulier, John Buttet s'est vu refuser toute intervention de Conforama, qui s'est simplement retranché derrière le fabricant. Heureusement, son écran n'était pas encore brûlé, et il a pu récupérer une image acceptable. Il n'en reste pas moins regrettable que Conforama ne tende pas à plus de transparence envers ses clients...

N. F.

J.-B. Sieber

Chargeurs solaires
Apprivoisez le courant nomade

Recharger les batteries de l'électronique mobile, c'est possible. Hélas, les performances ne sont pas toujours lumineuses.

Cet été, l'énergie solaire est dans le vent! Et comme le beau temps rend optimiste, on se surprend à croire que le soleil peut recharger non seulement nos propres batteries, mais aussi celles de tous nos joujoux technologiques... Compacts et pesant entre 100 et 250 g, les mini-panneaux solaires commencent à faire parler d'eux. Sauf que, comme nous avons pu le constater en laboratoire, il ne suffit pas de mettre ces chargeurs à la lumière pour que le miracle ait lieu: ces appareils ne sont pas encore complètement au point. L'investissement financier, variant de 79 fr. 90 à 175 fr. pour les modèles testés, ne sera sans doute pas amorti rapidement.

Au mieux, dix heures pour charger

Leur utilisation parait plutôt simple, mais attention! les emballages jouent sur l'ambigüité. Il n'est en effet pas possible de connecter le chargeur à un appareil dont l'accu est à plat et de mettre ce dispositif directement au soleil. Tous les panneaux testés doivent en premier lieu recharger leur propre batterie interne. Ce n'est que lorsque leur accu est plein que l'énergie peut être transmise à un téléphone mobile ou un lecteur MP3, par exemple. Cette opération quelque peu contraignante est assez longue: avec une luminosité optimale, elle prend près de dix heures pour les modèles les plus rapides, comme le Sistech et le Megasol... Cela équivaut à près d'une journée d'ensoleillement, en prenant soin que les rayons du soleil soient toujours orientés perpendiculairement au chargeur! Dans la réalité, il faut plutôt compter deux jours de beau temps, au mieux.

Intolérance aux nuages

Autre zone d'ombre, dès que la luminosité baisse, le temps de charge augmente beaucoup. Ainsi, par ciel nuageux, mais pas sombre, la durée de charge passe à près de cinquante-sept heures pour le modèle Sistech. Les modèles Megasol et Green electronic cessent la recharge à la moitié de la capacité de la batterie. Quant au modèle Solio, il ne se donne même pas la peine d'enclencher sa recharge par une journée peu lumineuse. ▶▶▶

Surprise de notre test, le transfert de l'énergie vers un téléphone mobile, par exemple, est plus efficace... si le chargeur est au soleil. En effet, lorsque la batterie interne est pleine mais que l'appareil n'est plus exposé, certains modèles, comme celui de Green electronic ou de Megasol, ne rechargent que partiellement la batterie du téléphone mobile avec lequel notre laboratoire a effectué le test. Sans soleil, on constate une baisse de 20 à 40% d'énergie dans l'accu du natel. Dans les deux cas, la recharge du mobile se fait en trois heures environ. A noter toutefois que la plupart des chargeurs peuvent aussi recharger leur accu au moyen d'un câble à brancher sur secteur ou sur un allume cigare. Le temps de recharge de la batterie interne diminue et permet surtout de dépanner en cas de mauvais temps. La batterie interne chargée sert alors de réserve d'énergie à emporter avec soi. Mais évidemment, dans ce cas-là, la notion de «solaire» devient quelque peu superfétatoire. **Huma Khamis**

SISTECH SWISS SOLARCARD + SWISS POWERTANK M

LE MEILLEUR: C'est sans doute le seul modèle qui tire son épingle du jeu. Rapide dans la recharge de sa batterie interne (10,9 heures), il met pourtant près de cinquante-sept heures à recharger sa batterie par faible luminosité. Néanmoins, il possède une très bonne batterie interne. Ce modèle en deux parties, un peu plus volumineux que la moyenne, se révèle fort pratique à fixer sur un sac à dos lors de déplacements (mais il faudra veiller à l'orientation du panneau vers les rayons du soleil!). Muni de nombreux adaptateurs, il peut recharger différents téléphones mobiles et lecteurs MP3. Des adaptateurs spécifiques peuvent en outre être commandés séparément.

Prix indicatif: 138 fr. (pas d'accessoires à ajouter)
Caractéristiques: sortie USB, 5,4 V, courant de sortie de max. 700 mA, batterie interne 2600 mAh

Accessoires fournis (10%): ■
Volume et poids (10%): ■

Performances (50%): par forte luminosité ■
par luminosité plus faible ■
efficacité sur un téléphone mobile ✚
Facilité d'emploi (20%): ■
Durabilité (10%): ✚
Appréciation globale: **71%**

MEGASOL SUNNY SOLAR CHARGER

LE MODULABLE: Ce chargeur est l'un des plus rapides pour recharger sa batterie interne en cas de forte luminosité (onze heures). Il possède entre outre une très bonne capacité de batterie interne, permettant de recharger deux téléphones mobiles. Néanmoins, par faible luminosité, sa batterie interne ne se recharge pas complètement.
L'appareil n'est livré qu'avec un seul câble de connexion, à choix. Chaque câble supplémentaire doit être acheté séparément.

Prix indicatif: 149 fr. (le câble de connexion pour chaque modèle de téléphone portable coûte 14 fr. pièce)
Caractéristiques: sortie USB, 5 V, courant de sortie de max 2500 mA, batterie interne 3000 mAh
Accessoires fournis (10%) : ▲
Volume et poids (10%): ■

Performances (50%):
par forte luminosité ■
par luminosité plus faible ■
efficacité sur un téléphone mobile ✚
Facilité d'emploi (20%): ■
Durabilité (10%): ■
Appréciation globale : **61%**

✚ très bon ■ bon ■ satisfaisant ▲ peu satisfaisant ▲ insuffisant

GREEN ELECTRONIC SOLAR CHARGER

L'INCONNU: La marque de ce modèle vendu par Green electronic n'a pas pu être identifiée. Plutôt bonnes en cas de forte luminosité, les performances de ce chargeur chutent en cas de luminosité plus faible. Le voltage est ajustable, il faut donc veiller à ne pas endommager les appareils rechargés.

Prix indicatif: 89 fr. (pas d'accessoires à ajouter)
Caractéristiques: sortie mini-USB, 3,7, 4,2, 5,5 ou 9 V à choix, courant de sortie de 400 à 800 mA, batterie interne 2600 mAh
Accessoires fournis (10%):
Volume et poids (10%):

Performances (50%):
par forte luminosité
par luminosité plus faible
efficacité sur un téléphone mobile:
Facilité d'emploi (20%):
Durabilité (10%):
Appréciation globale: **59%**

SOLIO HYBRID SOLAR CHARGER MAGNESIUM EDITION

LE CAPRICIEUX: C'est l'un des moins convaincants. En conditions optimales, il recharge sa batterie interne, dont la capacité est plus maigre que la moyenne, en seize heures. Par faible luminosité, il n'enclenche pas la recharge. Au moment de recharger une batterie externe, il se montre un peu plus lent que les autres, mais parvient à recharger complètement une batterie de téléphone, même s'il n'est plus au soleil. C'est aussi un des rares modèles fournis avec de nombreux accessoires et une pochette.

Prix indicatif: 175 fr. (pas d'accessoires à ajouter)
Caractéristiques: sortie mini-USB, batterie interne 1800 mAh
Accessoires fournis (10%):
Volume et poids (10%):

Performances (50%):
par forte luminosité
par luminosité plus faible
efficacité sur un téléphone mobile:
Facilité d'emploi (20%):
Durabilité (10%):
Appréciation globale: **47%**

UNIROSS SOLAR CHARGER

LE BLUFFEUR: Ce chargeur ne peut pas recharger les accus de téléphone mobile ou de lecteur MP3. En effet, son courant de sortie, à 155 mA, est trop faible. Il ne peut être utilisé qu'avec des piles de type AA ou AAA. ATTENTION, la charge ne s'arrête pas une fois que les piles sont pleines. L'énergie supplémentaire est alors transformée en chaleur qui peut endommager les batteries.

Prix indicatif: 79 fr. 90
Caractéristiques: sortie USB, courant de sortie max. 155 mA
Accessoires fournis (10%):
Volume et poids (10%):
Facilité d'emploi (20%):

Performances (50%):
par forte luminosité
par luminosité plus faible
efficacité sur un téléphone mobile:
Durabilité (10%):
Appréciation globale: **31%**

Protocole de test

Les tests de performances ont été réalisés avec une lumière artificielle reproduisant le spectre solaire. Deux situations d'ensoleillement sont reproduites, l'une correspondant à une journée très lumineuse (1000 W/m2), l'autre à un ciel tapissé de nuages blancs (200 W/m2). Le courant et la durée sont mesurés durant toute la recharge de la batterie interne, puis lors de la charge externe.
La solidité des modèles est évaluée, de même que la résistance des panneaux solaires aux griffures. Notre laboratoire a également inspecté les modes d'emploi et répertorié les accessoires fournis. **H. K.**

CONSO MALIN

- **L'efficacité de ces chargeurs dépend de la capacité de la batterie interne: plus celle-ci est grande, plus la réserve d'énergie est importante. Les meilleures batteries internes peuvent recharger jusqu'à deux téléphones mobiles récents. La capacité des batteries de notre test varie entre 1800 et 3000 mAh sur l'emballage, mais elle se révèle un peu plus faible lors des essais.**

- **Tous les dispositifs en test peuvent recharger les appareils munis d'un port USB ou mini-USB. Néanmoins, beaucoup de téléphones portables sont encore munis d'une connectique propriétaire. Certains modèles, comme le Solio, sont livrés avec un grand nombre d'adaptateurs différents. D'autres, comme l'Uniross, ne fournissent aucun câble supplémentaire. H. K.**

Les importations parallèles autorisées dès juillet

Les distributeurs de produits brevetés pourront dorénavant s'approvisionner directement à l'étranger, sans passer par les distributeurs officiels des fabricants. Le Conseil fédéral a en effet annoncé que la modification de la loi sur les brevets relative à l'épuisement, soit l'autorisation des importations parallèles, entrerait en vigueur le 1er juillet 2009. Aucun référendum n'a été déposé contre cette modification de loi, malgré l'exclusion des médicaments de la liste de produits qui pourront être importés librement de l'Union européenne. Jusqu'alors un titulaire de brevet pouvait faire valoir ses droits devant un tribunal afin d'éviter que les produits protégés par son brevet et commercialisés à l'étranger ne soient importés en Suisse contre sa volonté. Après de nombreuses années de lobbying intensif, la FRC espère désormais que cette introduction aura un effet bénéfique sur le porte-monnaie du consommateur. **F. B.**

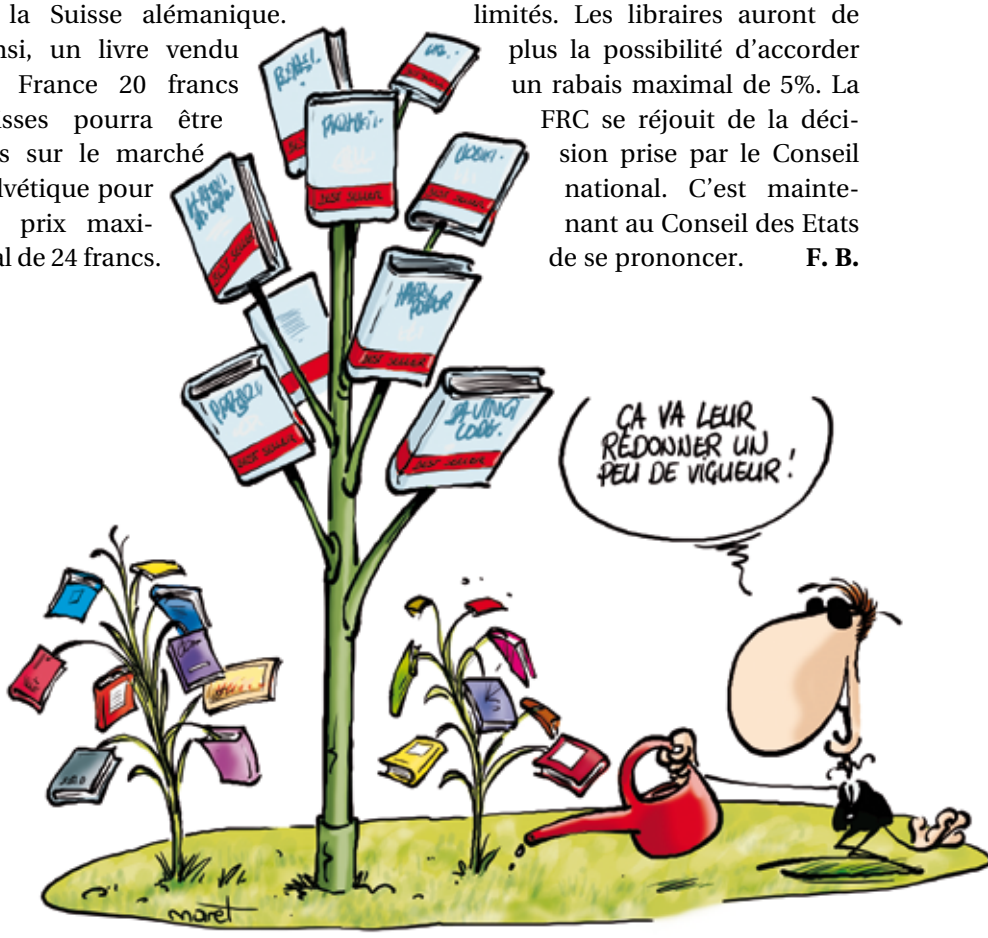
Prix du livre Bonne surprise du Conseil national

Le Conseil national a décidé de réglementer le marché du livre par 103 voix contre 74. Il n'a donc pas suivi le gouvernement, qui s'était prononcé contre le projet de loi en demandant au Conseil de ne pas entrer en matière. Bousculant cependant le projet qui leur était présenté, les parlementaires ont suivi l'avis d'une minorité de la commission concernée, qui proposait une fourchette pour la fixation des prix.

Le projet initial prévoyait un système qui ne fixait pas concrètement les prix, Monsieur Prix étant chargé de contrôler les prix décidés par les distributeurs et les éditeurs. La FRC s'opposait à ce système, considérant que les moyens à disposition de la surveillance des prix ne permettraient pas de contrôler efficacement son application en raison de la quantité de livres importés. La Chambre basse a suivi cet avis en préconisant l'application d'une fourchette. **La majoration du prix d'un livre importé ne pourra donc pas dépasser 20%.** Ce système a le mérite d'être simple et peu coûteux.

Il permet en outre de tenir compte des différences entre la Romandie et la Suisse alémanique. Ainsi, un livre vendu en France 20 francs suisses pourra être mis sur le marché helvétique pour un prix maximal de 24 francs.

Les écarts de prix qui choquent nombre de lecteurs romands seront donc limités. Les libraires auront de plus la possibilité d'accorder un rabais maximal de 5%. La FRC se réjouit de la décision prise par le Conseil national. C'est maintenant au Conseil des Etats de se prononcer. **F. B.**



Rémunérations abusives Le Conseil des Etats refuse une initiative

Les sénateurs ont décidé de proposer le rejet de l'initiative relative aux rémunérations abusives de la haute direction de sociétés cotées en Bourse. Ils ont considéré que ses exigences étaient trop élevées. En revanche, ils sont entrés en matière sur la révision du droit de la société anonyme par laquelle sera examiné le contre-projet indirect à l'initiative. Il s'agit néanmoins d'un pas en direction des initiants. Selon un sondage cité par la RSR, 80% des Suisses plébisciteraient actuellement l'initiative contre les trop hauts salaires. Reste maintenant à trouver un équilibre entre les différentes tendances pour que des règles de bonne gouvernance soient acceptées. **F. B.**

Télécommunications
Vers une plus grande transparence

J.-B. Sieber

Une fois n'est pas coutume, la dernière révision des ordonnances relatives à la loi sur les télécommunications pourrait être favorable aux consommateurs. L'Ofcom veut en effet obliger les fournisseurs à informer leurs clients activement sur les tarifs du roaming. Cela devrait éviter les mauvaises surprises à réception de la facture. L'ordonnance sur l'indication des prix, qui excluait les tarifs de communications effectuées à l'étranger, devra aussi être modifiée en ce sens. Hormis les prix, la qualité devra être un critère évaluable par le consommateur pour choisir un opérateur. Jusqu'ici, seul le concessionnaire du service universel était tenu d'atteindre des valeurs cibles. Revendication de la FRC: l'uniformité. Inutile en effet d'introduire des critères d'évaluation de la qualité s'ils ne sont pas comparables entre les différents opérateurs. On connaît trop bien le problème lorsqu'il s'agit de comparer les prix.

Chantier ouvert

Le chantier reste pourtant encore largement ouvert. Les délais de résiliation des contrats de téléphonie mobile doivent être plus accessibles, idéalement sur la facture. La reconduction tacite des contrats pour douze mois n'a pas lieu d'être. Les consommateurs devraient être mieux protégés des abonnements par SMS et des démarcheurs en tous genres. Le prix du dernier kilomètre, les tarifs des services à valeur ajoutée et du roaming doivent être plus fermement encadrés. Le projet aurait pu être plus ambitieux, pour vraiment permettre aux consommateurs de profiter de la libéralisation sans pour autant être piégés. **N. T.**

FRC Magazine fait son numéro (spécial)

Cinquante ans n'auront pas réussi à nous assagir... et les cinquante prochaines années n'ont qu'à bien se tenir! Pour fêter un demi-siècle de liberté de pensée et en hommage à l'esprit frondeur de nos glorieuses pionnières, *FRC Magazine* s'imagine en ce qu'il n'a jamais été et n'a pas l'intention de devenir... Découvrez notre cahier spécial «Karma Conso» en pages intérieures. En riant affectueusement de ce que nous sommes et de nos «mantras» répétés inlassablement, la FRC montre qu'elle sait être là où on ne l'attend pas.

Arrivée à un âge qui donne droit au respect et forte d'une sagesse née de l'expérience, notre fédération n'a pourtant rien perdu de l'insolence de la jeunesse lorsqu'il s'agit de bousculer les positions acquises!

Depuis cinq décennies, la FRC parvient à se renouveler sans se renier, à évoluer sans oublier d'où elle vient: l'ancienne commission romande des consommatrices a même réussi à digérer l'arrivée des hommes sans perdre ses racines féminines, c'est dire!

Bien dans sa peau, bien dans son époque, la FRC est toujours aussi étonnante que détonante. Il nous aurait dès lors semblé étrange de fêter de manière convenue l'anniversaire d'une association aussi peu conventionnelle.

En souriant, riant, voire fou-riant, nous avons donc troqué notre rigueur et notre esprit critique proverbiaux pour une trêve estivale de futilité et de consumérisme béat. On s'est fait plaisir, mais on n'a pas changé notre fusil d'épaule, promis! Cette parenthèse festive ne doit en effet pas nous faire oublier que le chemin est encore long jusqu'au nirvana de la consommation sans souci, mais n'a-t-il pas été dit que c'était le chemin qui était le but? Alors, chère FRC, bon anniversaire et bonne route!

Mathieu Fleury

PAGE RÉALISÉE PAR ANNE ONIDI

Sièges auto pour enfant Parés pour l'été

Comme chaque année, le TCS publie les résultats de son test sur les sièges pour enfant. Il déconseille quatre modèles jugés comme insuffisants en termes de sécurité: Alpin Daisy, IWH Babymax Isofix, IWH Megamax Isofix et Renolux 360°. La brochure du TCS (à commander sur **www.tcs.ch**) décrit en détail tous les modèles testés et fournit des instructions d'utilisation. Car, on ne le répètera jamais assez, attacher n'importe comment un enfant – même dans le plus sûr des sièges – est mortel.

DR

LES MOINS CHERS DES MEILLEURS:
Sièges 0 à 13 kg: Cybex Aton, 300 fr.
Bugaboo Carseat, 330 fr.
Sièges 9 à 18 kg:
Römer King Plus, 380 fr.
Maxi-Cosi Tobi, 450 fr.
Sièges 15 à 36 kg:
Römer Kid, 230 fr.
HTS BeSafe iZi UP X2, 300 fr.
Marushin 777 NX, 299 fr.

Crèmes amincissantes *Deux centimètres*

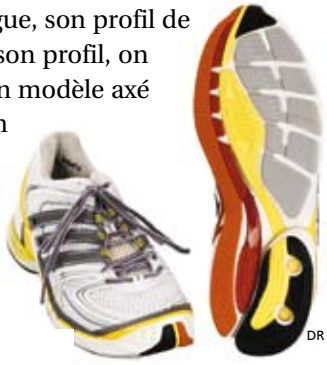
«Alors, est-ce que ça fonctionne?». La question brûle toutes les lèvres fraîchement glossées. Ça? Les crèmes amincissantes, bien sûr, ces «concentrés d'innovation» à «l'effet liporéducteur» spectaculaire... *60 millions de consommateurs* reconnaît le pouvoir amincissant de cinq crèmes mais n'a pas été convaincu par leur effet anticellulite. Et encore, les meilleures ne font perdre que deux centimètres, de tour de cuisse, c'est le diamètre d'une pièce de 1 franc: à deux applications quotidiennes durant un mois, autant dire qu'il va falloir en débourser quelques belles poignées!

DR

LES MEILLEURES DU TEST
Lierac Morpho slim, 61 fr. 35
Nivea My silhouette, 16 fr. 60
Vichy Lipo.Metric, 41 fr. 90

Chaussures de course *Un choix à questions multiples*

Le mois dernier, la FRC et certains confrères européens publiaient une enquête sur l'éthique des marques de chaussures de jogging. *Test-Achats* en a également testé quelques modèles, en donnant au lecteur des pistes pour bien diriger son choix (tout comme *FRC Magazine* dans son numéro de mai 2008). Car le chemin qui mène à «la» paire de chaussures relève plus du gymkhana que de la promenade dominicale. La règle d'or? Faire déterminer, par un vendeur spécialisé ou un podologue, son profil de course. Selon son profil, on choisira soit un modèle axé sur le maintien du pied, soit un modèle privilégiant l'absorption des chocs.


DR

LES MEILLEURES DU TEST
Modèles privilégiant le maintien du pied:
Adidas adiStar Salvation, 249 fr.
Asics GT-2140, 219 fr.
Modèles privilégiant l'absorption des chocs:
Nike Air Vomero +3, 230 fr.
Asics Gel-Nimbus 10, 238 fr.

Vélos de randonnée Des villes et des champs

DR

L'éternel problème des produits deux en un, c'est que, à force d'être un peu ci et un peu ça, ils font dans l'à peu près partout. *Stiftung Warentest* a éprouvé les performances de quatorze vélos de randonnée, et son verdict est clair: bon nombre de ces deux-roues «citagnards» ou «campadins» souffrent du syndrome deux en un. Heureusement, ce n'est pas le cas des trois premiers du test, qui ont convaincu tant dans l'air vicié des embouteillages berlinois que sur les chemins escarpés du col du Ruhestein. Y a-t-il une rançon pécuniaire pour jouir de cette polyvalence? Oui, et elle hélas est un peu élevée.

LES MEILLEURS DU TEST: Kalkhoff Image, 1350 fr.
KTM Life Tour, 1635 fr. / Staiger Ohio, 1500 fr.

DR

Le billet de Lucie Rihs

Ma palme à moi

A. Rebetez

Quelques heures avant la cérémonie de clôture du Festival de Cannes... Insolente, je nargue, du haut de ma montagne, la Croisette et ses amuse-gueule au caviar en dégustant une bonne vieille raclette de derrière les fagots. L'air est doux, le soleil caressant, l'humeur radieuse. Fin du repas. Dans un élan de nostalgie enfantine, j'attrape un petit chocolat au lait, défais soigneusement son emballage rouge et blanc, et l'enfourne avec un ravissement innocent.

C'est alors que l'un de mes partenaires amateurs de fromage fondu me fait cette révélation fracassante: «Mais tu manges ça! Horreur: c'est bourré d'huile de palme! C'est très mauvais pour la santé!»

Mes petits chocolats, mauvais pour la santé? Pour la tonicité de mon abdomen, certes, mais qu'est-ce donc que cette histoire d'huile de palme? J'ai beau tenter de faire ressurgir un souvenir quelconque, cette ressortissante oléagineuse reste inconnue à mon bataillon.

Un horrible doute s'installe.

Et si c'était vraiment très mauvais? Pour moi, passe encore, mais pour ma chère et blonde progéniture...

Frénétiquement, j'attrape les pots et les tubes dans mes armoires, sort les boîtes et les paquets de mes étagères, vide mes tiroirs. La mention «huile de palme» n'y figure pas, ouf.

C'est normal, ce n'est jamais écrit. On cache ça sous l'appellation «huile végétale».

Arrrgh!

J'attaque de nouveau les notices au verso de mes denrées, scrute en détail leur composition nutritionnelle. Et là, le doute n'est plus permis. L'ampleur de la conspiration me saute aux yeux. L'huile de palme nous envahit! Sortez vos lunettes et vos loupes, l'ennemi est sur l'étiquette!

Istockphoto

Les pâtes à tartiner, c'est foutu. Elles sont déjà complètement passées à l'ennemi. Les chocolats, il faut trier, l'infiltration fait rage dans certains bataillons. Même topo déprimant pour la boulangerie industrielle, les margarines et même les glaces! Stop, arrêtez le massacre!

Totalement déboussolée face à cette révélation, je saute sur le clavier de mon ordinateur et tape fébrilement «huile de palme» dans un moteur de recherche. Quelques secondes plus tard, c'est le bouquet final: non seulement cette foutue huile – utilisée comme matière grasse industrielle pour son coût extrêmement faible - est effectivement mauvaise pour la santé (elle contient quasi 50% d'acides gras saturés), non seulement elle a envahi un nombre impressionnant de nos produits de consommation courante, mais, en plus, c'est une calamité écologique!

Sa culture effrénée provoque la déforestation de milliers d'hectares à travers le monde, avec des effets secondaires que l'on commence à mesurer sur la faune et la flore. A cause d'elle, l'Indonésie est devenue le troisième pays producteur de CO_2 en brûlant les forêts pour y créer l'espace de nouvelles plantations. Et même les orangs-outans, privés de leur biotope, risquent de s'éteindre. Beurk.

Sur le tapis rouge cannois défilent alors la lofteuse Loana et l'ex-gigolo Massimo Gargia. Décidément, cette histoire de palme a un goût amer. Je m'en vais zapper sur une chaîne animalière pour admirer nos cousins singes pendant qu'ils respirent encore.

Vestes de randonnée

La technologie vous

Leur mission: protéger les marcheurs de la pluie et du vent, tout
Alors, mission impossible? Eh non, possible! La plupart des modèles

Jean-Bernard Sieber

La meilleure du test, la Rain Shadow de Patagonia, est la seule veste qui ne contient pas de substances nocives.

printemps-été envoie promener

en évacuant la transpiration. ont convaincu les randonneurs et le laboratoire.

L'homme est ce qu'il est: un bipède qui, même amateur de grand air, n'aime pas se faire agresser par la nature. Lorsqu'il chemine, en montagne ou en plaine, il exige d'être armé contre les intempéries. Mais la pluie et le vent ne sont pas ses seuls ennemis. Le plus sournois de tous se tapit à l'intérieur même de son corps: les glandes sudoripares, qui produisent la transpiration!

Imperméable à l'eau et au vent tout en étant respirant: voilà donc ce que le randonneur attend de son équipement, qui doit aussi être confortable, solide, pratique et esthétique. Un défi de taille que relèvent plutôt bien une majorité des modèles de ce test réalisé avec nos confrères européens.

A plate couture

Sur les neuf vestes de randonnée printemps-été testées, seules la Rain Shadow de Patagonia et la Lim Ultimate de Haglöfs ont passé sans encombre les essais en laboratoire. Bien que lavée et séchée selon les instructions de l'étiquette, l'Aravis Shell de Columbia a trop rétréci et écope donc d'une mauvaise note.

Rien à signaler, en revanche, en matière de durabilité des couleurs, au contact de la transpiration et après lavage: elle est excellente pour tous les modèles.

Bonnes performances également pour tous les modèles, dont les tissus résistent au frottement et dont les fermetures éclair sont solides.

Si la résistance des coutures est en moyenne très bonne, trois modèles sont toutefois à la traîne: ceux d'Arc'teryx, de Lafuma et de Mammut. Quant aux tissus, ils résistent tous à la déchirure, sauf celui du modèle Jaipur 2 de Lafuma.

Objectifs atteints

Les fabricants vantent, souvent à juste titre, les qualités des technologies qu'ils ont mises au point. Qu'ils soient estampillés Gore-Tex ou non (voir l'encadré à propos des membranes), tous les tissus testés garantissent une bonne protection contre la pluie et le vent, ainsi qu'une respirabilité suffisante pour la pratique de la marche à pied. Le modèle de Lafuma, insuffisamment imperméable lors de la première utilisation, s'avère bon après trois lavages! Ce phénomène a une explication: au contact prolongé de l'eau, les fibres peuvent gonfler et constituer un meilleur rempart contre les gouttes. En revanche, l'étanchéité de ce même modèle au niveau des coutures a été jugée mauvaise, tout comme celle de la veste Millet.

Des tissus de chimie

Ces textiles de haute technologie font largement appel à la chimie. Ils doivent par exemple leurs propriétés déperlantes à des enduits. Jusqu'à fin 2008, ceux-ci contenaient des sulfonates de perfluorooctane (SPFO), polluants organiques persistants, toxiques et bioaccumulatifs (qui restent stockés dans l'organisme qui les absorbe). Interdits depuis, ils ont été substitués par un composant de la même famille, l'acide perfluorooctanoïque (APFO), suspecté d'avoir un profil de risque similaire à celui des SPFO, et qui devrait être lui aussi bientôt interdit.

Ces deux substances ont donc été dosées par le laboratoire, qui n'a trouvé aucune présence de SPFO. En revanche, l'APFO a été détecté sur tous les modèles, excepté Patagonia. Les plus hautes doses se retrouvent chez Columbia et Salewa, mais la palme revient à Arc'teryx pour son modèle breveté par Gore-Tex. Ce dernier, qui prétend pourtant réduire l'utilisation d'APFO, semble encore avoir de sérieux efforts à faire.

Après la théorie, la pratique

Tous les modèles ont été portés et éprouvés par trois randonneurs avertis qui ont ensuite livré leurs impressions.

La veste de Columbia a été jugée confortable mais peu adaptée à des activités sportives. Pour celle de Haglöfs, les testeurs ont regretté l'absence d'aération sous les bras. Arc'teryx et North Face ainsi que le meilleur du test, Patagonia, obtiennent de piètres notes en matière de facilité d'utilisation, alors que le bon dernier, Lafuma, séduit par sa coupe et la qualité de ses performances. Moralité: tester, c'est bien, tester et essayer, c'est beaucoup mieux!

Anne Onidi

Protocole de test

Chaque veste a fait l'objet d'analyses en laboratoire et d'essais pratiques. Tous les modèles promettent une parfaite respirabilité et une protection optimale contre la pluie et le vent.

Le laboratoire a vérifié la qualité de ces allégations, avant et après lavage, et a éprouvé la robustesse des tissus, des coutures et des fermetures éclair. Enfin, les tissus ont été analysés du point de vue de leur composition chimique. Le laboratoire a dosé les colorants cancérigènes ainsi que les produits déperlants SPFO (sulfonates de perfluorooctane) et APFO (acide perfluorooctanoïque). Les SPFO, substances toxiques hautement persistantes et bioaccumulatives, sont interdits depuis 2008. L'APFO est quant à lui, suspecté de présenter un risque comparable et devrait être interdit prochainement.

Pour la partie pratique, chaque veste a été portée par trois utilisateurs pratiquant régulièrement la randonnée. Ceux-ci ont marché sur environ 50 kilomètres avant de répondre à un questionnaire détaillé portant sur le confort, la facilité d'utilisation et les performances du modèle.

A. O.

CONSO MALIN

- **Ces vestes de randonnée, dites de type «hardshell», se déclinent en versions à une, deux ou trois couches. Si vous recherchez une veste ultralégère dédiée uniquement à la pratique de la randonnée, optez pour un modèle à une couche. Si vous souhaitez porter cette veste également en ville, choisissez un modèle à deux couches. Enfin, si vous privilégiez la robustesse, c'est la version quatre saisons à trois couches qui vous conviendra le mieux.**
- **Amateurs de course à pied, attention: les vestes de randonnée ne conviennent pas à la pratique de ce sport provoquant beaucoup de transpiration! Orientez-vous plutôt vers un modèle de type «softshell», certes moins imperméable, mais privilégiant la respirabilité.**
- **Pour conserver votre vêtement en bon état, suivez à la lettre les instructions d'entretien. Si la qualité de protection décroît, n'utilisez surtout pas de sprays imperméabilisants! Les commerces spécialisés proposent des raviveurs de déperlance à utiliser en machine.**

A. O.

très bon
bon
satisfaisant
peu satisfaisant
insuffisant

		PATAGONIA *Rain Shadow*	HAGLÖFS *Lim Ultimate*	MAMMUT *Convey*	MILLET *Aerial evo GTX*
PRIX INDICATIF		**229 fr.**	**340 fr.**	**360 fr.**	**359 fr.**
NOMBRE DE COUCHES		1	1	1	1
TYPE DE TISSU		H2No	Gore-Tex Paclite Shell	Gore-Tex Paclite Shell	Gore-Tex Paclite Shell
RÉTRÉCISSEMENT AU LAVAGE (5%)		satisfaisant	bon	bon	très bon
RÉSISTANCE DES COULEURS AU LAVAGE (5%)		très bon	très bon	très bon	très bon
SOLIDITÉ (15%)	Résistance à la déchirure	très bon	très bon	très bon	très bon
	Résistance des coutures	très bon	satisfaisant	peu satisfaisant	bon
	Résistance au frottement	très bon	très bon	très bon	très bon
	Résistance des fermetures éclair	très bon	très bon	très bon	très bon
PERFORMANCE (30%)	Imperméabilité	bon	très bon	très bon	bon
	Effet coupe-vent	très bon	très bon	très bon	très bon
	Respirabilité	bon	bon	bon	bon
PRÉSENCE DE SUBSTANCES NOCIVES (15%)		très bon	bon	insuffisant	insuffisant
TEST PRATIQUE (30%)		bon	bon	très bon	très bon
APPRÉCIATION GLOBALE (EN %)		**78**	**77**	**70**	**69**

Il y a membrane et membrane

Qu'elles adoptent la technologie Gore-Tex ou non, toutes les marques appliquent la même recette pour leurs vestes: un tissu breveté, constitué d'une membrane appliquée sur un tissu technique. Le principe de ces membranes? Les pores qu'elles contiennent sont bien plus petits qu'une goutte d'eau mais plus grands qu'une molécule de vapeur d'eau. Résultat, l'eau ne pénètre pas, mais la vapeur d'eau s'échappe. Le tissu est donc imperméable et respirant. A noter que Gore-Tex continue à fabriquer ses membranes à partir de Téflon, un produit nocif pour la santé et l'environnement. Patagonia, en revanche, l'a récemment exclu de la composition de ses membranes.

Lacunes sociales: la campagne Clean Clothes dénonce

Les amateurs de nature et de grand air qui achètent des vêtements de sport sont sensibles au respect de l'environnement. Mais les entreprises spécialisées dans ce secteur s'engagent-elles de manière concrète pour le respect de l'environnement et des droits du travail? La campagne Clean Clothes* (CCC) a récemment mené une enquête auprès de ving-neuf entreprises suisses et internationales et livre des résultats peu rassurants. En effet, si ces entreprises mettent facilement en avant le respect de l'environnement, peu d'entre elles parlent des conditions de production dans les pays du Sud. Seules Helly Hansen, Mammut, Odlo et Patagonia s'engagent dans le cadre d'une initiative multipartite pour l'amélioration de la situation des travailleurs sur la chaîne d'approvisionnement. Haglöfs fait également preuve de bonne volonté, mais les autres sont sont indifférentes à cette problématique.

Géraldine Viret, Déclaration de Berne (adaptation: Anne Onidi)

Résultats de l'étude sur www.ladb.ch/outdoor

* Réseau international d'ONG œuvrant pour l'amélioration des conditions de travail dans l'industrie textile. En Suisse, la campagne Clean Clothes est coordonnée par la Déclaration de Berne.

SALEWA *Colado PTX*	**NORTH FACE** *Stretch Diad*	**COLUMBIA** *Aravis Shell*	**ARC'TERYX** *Alpha SL*	**LAFUMA** *Jaipur 2*
249 fr.	**289 fr.**	**249 fr.**	**389 fr.**	**330 fr.**
2	**1**	**2**	**1**	**2**
Powertex	**HyVent DT**	**Titanium & Omni-Tech**	**Gore-Tex Paclite Shell**	**Gore-Tex Performance Shell**
○	●	▲	○	●
○	○	○	○	○
○	●	●	○	▲
○	○	○	▲	▲
○	○	○	○	○
○	○	○	○	○
●	○	○	○	▲
○	○	○	○	○
■	○	■	●	●
▲	▲	▲	▲	▲
○	●	●	●	○
69	**67**	**64**	**62**	**61**

Terrasses Buvez au verre,

L'été arrive! Vous avez envie de prendre un verre sur une terrasse.

Chaque année, durant l'été, la FRC est consultée, notamment par les médias, au sujet du prix des boissons en terrasse. Nous avons voulu nous rendre compte des différentes pratiques et des prix en vigueur. Le sportif, soit la boisson au verre, ou la bouteille sont-ils proposés? Lequel est le plus avantageux? Quelle est la marge du restaurateur?

Nos enquêteurs ont testé trente restaurants avec terrasse répartis dans toute la Suisse romande, dans des lieux touristiques ou au centre des villes.

Aussi au verre dans un bistrot sur trois

Seul un tiers des établissements offrent à la fois des boissons au verre ou en bouteille. La différence de prix par décilitre entre le sportif ou la bouteille est en règle générale peu importante, mais la boisson au verre reviendra néanmoins presque toujours moins chère. En moyenne, les sportifs sont entre 7 et 10% moins chers que les mêmes boissons en bouteille. Par ailleurs, plus vous commandez un grand verre, par exemple de 5 dl, proposé en particulier à la campagne et en montagne, plus vous y gagnerez. Ainsi, un verre de 2 dl est en moyenne près de 50% plus cher qu'une chope de 5 dl.

Dans la moitié des cas, les restaurants ont proposé le choix du contenant de la boisson. Pour les autres, la boisson a été apportée au verre cinq fois sur six, ce qui n'est pas étonnant puisque la marge pour le restaurateur est dans ce cas bien plus intéressante.

Reste à constater que l'on trouve plus souvent des breuvages au verre dans le Jura, à Neuchâtel, en Valais, à Berne, à Fribourg, dans le Nord vaudois qu'à Lausanne et à Genève.

Comparaison de prix au décilitre

Les prix relevés ont été comparés sur la base d'une contenance de 3 dl ou 33 cl, et en calculant le prix au décilitre. Il est difficile d'en tirer des généralités, mais le Jura, avec notamment le Restaurant Le Cristal, à Bassecourt, et Neuchâtel obtiennent les meilleurs résultats, puisque les prix de ces restaurants sont approximativement 50% moins élevés qu'à Genève, au bord du lac Léman et à Fribourg. Dans l'établissement précité, une bouteille de Coca coûte 1 fr. 14 par décilitre, tandis qu'à la Potinière, à Genève, un décilitre coûte 1 fr. 66, soit 46% de plus. Bon

4 fr. 25
C'est le prix moyen que vous paierez pour une limonade en bouteille.

3 fr. 85
Ce que vous coûtera une limonade au verre. La marge du commerçant est même plus importante quand il vend un sportif. Bref, tout le monde y gagne!

Clin d'œil jubilé

En 2000, notre réseau d'enquêteurs avait fait le tour de 135 restaurants, tea-rooms ou cafés en Suisse romande pour vérifier le prix de l'eau minérale gazeuse, en bouteille ou en verre. A cette époque, il avait été constaté qu'un tiers des établissements proposaient la version sportif. Il était en outre regrettable que peu de restaurants offrent des eaux minérales au litre, ce qui est franchement avantageux pour des familles ou à plusieurs. En moins de dix ans, les prix ont sensiblement augmenté, puisque, pour une bouteille de 33 cl, le prix au décilitre était alors en moyenne de 1 fr. 08, alors qu'aujourd'hui il est de 1 fr. 30, soit une augmentation de 20%. **F.B.**

Protocole d'enquête

Nos enquêteurs ont visité trente restaurants dans la semaine du 4 au 10 mai 2009. Ils ont d'abord demandé la carte des boissons et ont relevé les prix du Coca, de l'eau minérale gazeuse, d'un jus de fruits (orange ou pomme) et de la limonade. Parfois, l'établissement ne disposait pas de carte, ce qui n'a pas permis de faire un relevé complet. Ensuite, l'enquêteur commandait la boisson qui était servie à la fois au verre et en bouteille (si ce cas existait), sans préciser quelle version il voulait. L'enquêteur était alors chargé de noter si le serveur proposait le choix, et, si ce n'était pas le cas, quelle version était servie. **F. B.**

c'est moins cher

Comment passer un moment agréable sans se ruiner.

5 fr. 20
C'est le prix maximal relevé par nos enquêteurs pour 3,3 dl d'eau minérale gazeuse en bouteille.

3 fr.
Le prix pour lequel certains enquêteurs ont obtenu le verre de 3 dl d'eau. Soit une différence de 58%.

point, en revanche, pour le restaurant du Parc des Bastions, à Genève, dont les verres d'eau minérale gazeuse et de jus d'orange valent 1 fr. le dl. Attention, les jus de fruits industriels sont partout bien plus coûteux que les autres boissons.

Le sportif a de la marge

Pour le restaurateur, pas de doute, offrir des boissons au verre est beaucoup plus intéressant que de les proposer en bouteille. Selon la liste de prix d'Allo Boissons, grande maison de livraison de boissons en gros, une bouteille d'Henniez (33 cl) revient à 27 ct. le décilitre, alors qu'en PET de 1,5 l, elle ne lui coûte plus que 9 ct. le décilitre, soit trois fois moins cher. Au verre, elle est ensuite revendue en moyenne 1 fr. 21 le décilitre, ce qui laisse tout de même au restaurateur une marge de 1 fr. 12 par décilitre, contre une marge 1 fr. 03 par décilitre lorsqu'elle est vendue en bouteille. Ces marges, qui devraient donner le sourire, ne semblent pourtant pas se répercuter sur la qualité du service. Or nombre de nos enquêteurs ont dû supporter un service lent, ou des serveurs à qui le fait de demander à consulter la carte des boissons posait visiblement problème. Espérons que le retour des beaux jours incite à un service plus chaleureux...

Florence Bettschart

Affichage des prix des boissons Le Valais à la traîne

Tout restaurant doit disposer de cartes des mets et des boissons où les prix sont bien lisibles, en vertu de l'ordonnance sur l'indication des prix. Ces cartes doivent être en nombre suffisant, déposées dans un endroit facilement accessible, et être apportées aux hôtes soit spontanément, soit à leur demande. En Valais, seul un établissement visité sur quatre disposait d'une carte ou d'un tableau comportant les prix. **F.B.**

Préservatifs Du caoutcho

La protection contre le virus du sida n'a pas de prix. Heureusement,

Née sous l'impulsion des organisations de consommateurs suisses et de l'Aide suisse contre le sida, l'association pour le label OK souffle cette année vingt bougies. Pour l'occasion, notre laboratoire a gonflé près de 3000 préservatifs afin de vérifier leur qualité. A l'arrivée, tous répondent aux normes en vigueur, et les miniprix sont tout aussi performants que les modèles de luxe.

Près de la moitié sont vraiment OK

Depuis 2002, tous les préservatifs vendus en Suisse doivent répondre à une norme internationale. Néanmoins, dès 1990, l'association pour le label de qualité propose aux fabricants de se plier à des exigences plus sévères, notamment en matière de résistance. Un peu plus de la moitié des préservatifs testés portent ce label et s'y conforment. Pour une sécurité optimale, préférez donc les marques qui en sont munies.

Les tests techniques se révèlent satisfaisants, mais les informations laissent à désirer dans de nombreux cas. En Suisse, les notices et le mode d'emploi doivent être disponibles dans les trois langues officielles. Tous les produits vendus dans les grandes surfaces ou dans les pharmacies répondent à cette exigence, mais ce n'est pas toujours le cas des modèles vendus dans les magasins érotiques. Ainsi, par exemple, les préservatifs London, vendus en sachets dans certains sex-shops, ne portent-ils pas la marque CE, obligatoire sur tous les emballages. Plus grave, certains paquets ne contiennent pas de mode d'emploi et ne sont donc pas conformes à la loi. Interrogé sur cette absence, le magasin Erotik-Markt, à Rennaz (VD), nous a promis de vérifier la marchandise conditionnée en magasin et de remédier au problème...

Une faille dans la taille

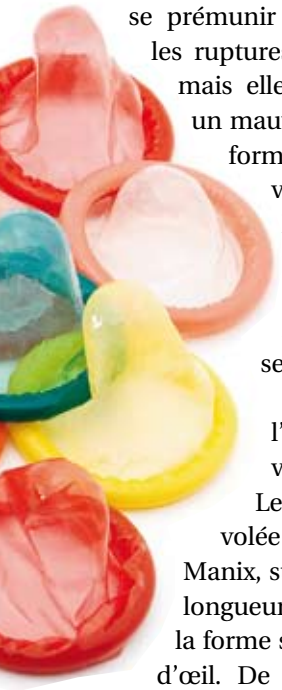
En 2008, chaque jour en Suisse, deux personnes ont été contaminées par le virus du sida. Pourtant, le pré-

⊕ très bon ⊕ bon ■ satisfaisant ▲ peu satisfaisant ▲ insuffisant × non ✓ oui n.d. non disponible	COSANO *Regular*	CREST *Forma*	LUMMEL TÜTEN *Lovemachine*	THE HOT RUBBER *Pure*	RFSU *Black Jack*	SECURA *Extra feucht*	CEYLOR *Bande bleue*
PRIX INDICATIF À L'UNITÉ	0 fr. 55	0 fr. 55	1 fr. 66	2 fr. 29	2 fr. 29	1 fr.	1 fr. 58
LABEL OK (voir texte)	✓	✓	×	✓*	×	×	✓
INDICATIONS	Anatomiques, lubrifiés	Anatomiques, lubrifiés	Lubrifiés	Lubrifiés	Couleur noire	Extralubrifiant	Classiques, humides
FORME	Cintrée	Cintrée	Droite	Cintrée	Cintrée	Droite	Droite
TAILLE (largeur/Longueur, mm)	52 / 185	n.d.	52 / n.d.	52 / > 180	52 / 185	n.d.	52 / n.d.
TEST TECHNIQUE (85%)	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	●
EMBALLAGE (15%)	⊕	⊕	⊕	■	▲	▲	⊕
APPRÉCIATION GLOBALE	91%	91%	91%	85%	83%	83%	75%

* Certains modèles vendus dans les commerces ne portent pas le sigle de qualité mais il répondent aux critères du label ok.

uc pour vos rendez-vous

les bons préservatifs sont à portée de toutes les bourses…



servatif reste le moyen le plus sûr de se prémunir contre le VIH. Certes, les ruptures de condoms existent, mais elles sont souvent dues à un mauvais choix de taille et de forme du produit. Le préservatif doit être adapté à la morphologie de son utilisateur: s'il est choisi trop grand ou trop petit, il est plus susceptible de se déchirer.

Au moment de l'achat, l'emballage s'avère souvent obscur à ce propos. Le meilleur élève de notre volée 2009 sur ce critère est Manix, sur l'emballage duquel la longueur, la largeur, l'épaisseur et la forme sont visibles en un coup d'œil. De son côté, Hot Rubber présente ces données et s'engage, comme la marque Lummeltüten, à rémunérer au juste prix les producteurs de caoutchouc. Voilà de quoi ravir les amoureux de galipettes équitables!

Huma Khamis

OK depuis vingt ans

Trois questions à **Roger Staub**, responsable de la section Sida à l'OFSP et du label de qualité pour les préservatifs

Comment est née l'idée d'un label pour les préservatifs?

Au moment des premières campagnes Stop Sida, il y a vingt ans, il n'existait pas de norme assurant la qualité des préservatifs. Les associations de consommateurs comme la vôtre tiraient la sonnette d'alarme. Le label, accordé sur une base volontaire, a permis de garantir une qualité optimale des préservatifs vendus en Suisse.

Quels sont vos succès?

Le plus important, c'est d'avoir rallié toutes les grandes marques de préservatifs à ce projet. Certes, depuis 2002, la norme internationale a été intégrée dans la loi, mais le sigle OK garantit une qualité supérieure à celle imposée légalement. A l'heure actuelle, près de 85% des produits vendus dans les commerces classiques remplissent les critères de qualité établis par notre label. Mais, votre test le montre, on rencontre encore des problèmes d'étiquetage dans certains sex-shops.

Et quels sont vos futurs défis?

Dès la mi-juillet, nous lancerons une application pour l'iPhone, baptisée «condomfinder», qui permettra de localiser le distributeur de préservatifs le plus proche. Les études sont très claires: il n'y pas de lieu ni d'heure préprogrammés pour une rencontre romantique! **H. K.**

COOP *Prix Garantie*	DUREX *Love*	ES² *Extra Sensitiv*	HARRY POPPER *Extra feucht*	MIGROS *M-Budget*	MANIX *Infini*	CONDOMI *Nature*	LONDON
0 fr. 43	0 fr. 98	1 fr. 99	1 fr. 97	0 fr. 43	1 fr .66	1 fr. 25	0 fr. 50
✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗
Lubrifiés	Lubrifiés	n.d.	Avec lubrifiant spécial	Avec crème lubrifiante	Finesse extrême	Lubrifiés	n.d.
Droite	Tulipe	Droite	Droite	Droite	Cintrée	Droite	n.d.
52 / 190	52,5 / n.d.	52 / n.d.	n.d.	52 / 185	52 / 185	52 / n.d.	n.d.
■	■	■	■	■	■	■	■
♻	■	▲	♻	♻	♻	▲	▲
75%	73%	67%	60%	60%	60%	52%	48%

Une question? Un doute?

Valérie Muster, responsable de la Permanence FRC Conseil, et son équipe de spécialistes se tiennent à votre disposition.
Vous êtes membre FRC: 0848 575 105 (tarif normal)
Vous n'êtes pas adhérent: 0900 575 105 (2 fr. 85/min)

Etiquette énergie Effort souhaité

«Savez-vous pourquoi aucune étiquette énergie n'est pas indiquée sur les téléviseurs? A ma connaissance, il y a beaucoup de différences entre les téléviseurs plasma, LCD, OLED, etc.). Merci de votre réponse.»

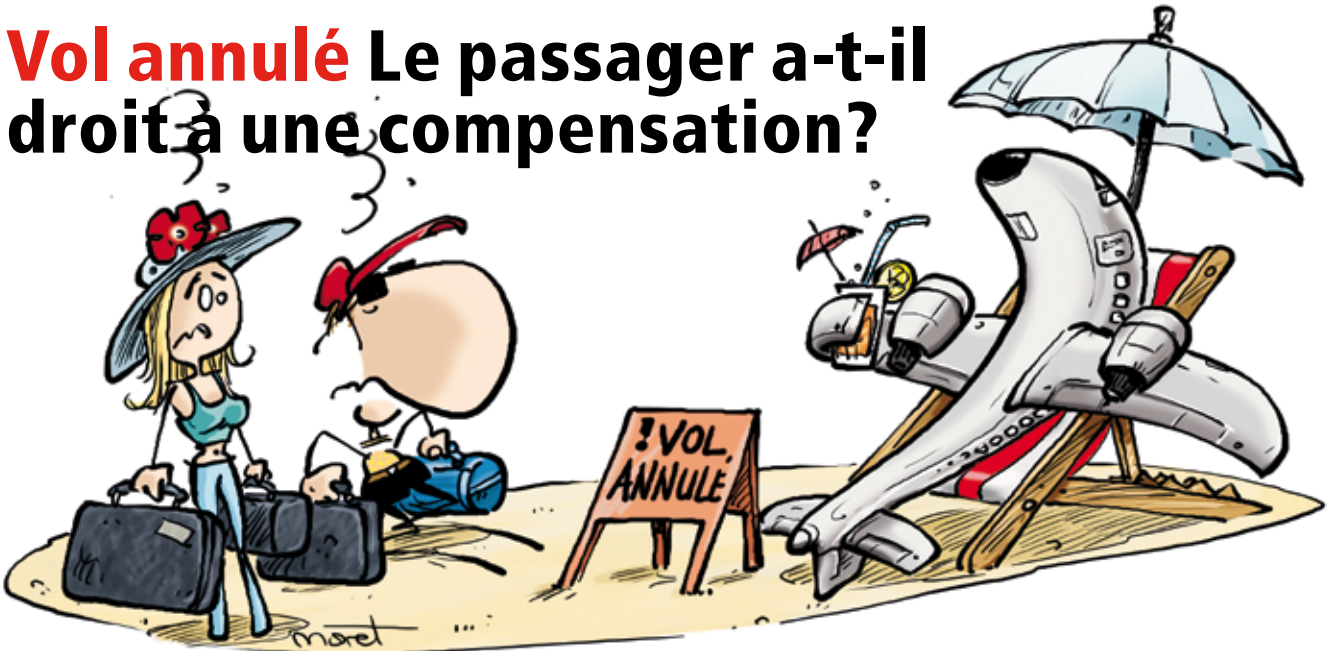
Jœl Vuillaume

Effectivement, la consommation d'énergie varie beaucoup entre ces différents types de téléviseurs. S'il n'y a aucune étiquette, c'est simplement en raison de l'absence d'obligation légale. A l'heure actuelle, seules les voitures et certains appareils ménagers doivent porter l'étiquette énergie (voir la liste ci-dessous). La FRC et certaines associations environnementales demandent que la législation étende cette obligation à d'autres appareils consommant de l'électricité (machines à café, téléviseurs, ordinateurs, etc.). En effet, cette information, qui constitue un critère de choix d'un appareil, devrait être disponible pour les consommateurs. Lors de nos tests, nous incluons quasi systématiquement ce paramètre.

APPAREILS SOUMIS À L'ÉTIQUETTE ÉNERGIE

Réfrigérateurs et congélateurs; lave-linge; sèche-linge; lave-vaisselle; fours électriques; climatiseurs; ampoules d'éclairage. (voir aussi: www.bfe.admin.ch/)

Vol annulé Le passager a-t-il droit à une compensation?



«Je devais partir prochainement aux Canaries. Or la compagnie d'aviation a annulé mon vol. Ai-je droit à une compensation financière?»

P. Martin

La réponse dépend du moment où l'annulation du vol vous a été communiquée et de sa cause. Si vous avez droit à une compensation forfaitaire, celle-ci peut s'élever entre 250 euros et 600 euros, en fonction de la distance à parcourir.

Attention: L'annulation d'un vol ne donne droit à aucune indemnisation forfaitaire dans les cas suivants:

– vous avez été prévenu de l'annulation du vol au moins deux semaines avant la date du départ;

– vous avez été prévenu au moins une semaine avant le départ, et une solution de remplacement vous a été proposée (départ dans les deux heures précédant l'horaire prévu et arrivée moins de quatre heures après l'horaire prévu);

– vous avez été prévenu moins d'une semaine avant la date du départ, et une solution de remplacement vous a été proposée (départ dans l'heure précédant l'horaire prévu et arrivée moins de deux heures après l'horaire prévu);

– le vol est annulé en raison d'un cas de force majeure, c'est-à-dire non imputable à la compagnie, notamment: météo défavorable, grève non prévisible.

Pour éviter tout désagrément dans la préparation de votre voyage, n'hésitez pas à consulter notre dossier aviation publié dans *FRC Magazine* No 14 (décembre-janvier 2009) ou sur **www.frc.ch**

MANIFESTATIONS DU MOIS (Tous les détails sur www.frc.ch)

JURA BERNOIS Pour marquer le 50e anniversaire de la FRC, la section tiendra un stand lors de la fête des saisons à Tavannes, le samedi 15 août, ainsi qu'à la fête villageoise de Diesse, le samedi 29 août, de 9 h à 13 h. Venez participer au concours du jubilé!

FRIBOURG Cours «Bien manger à petit prix, ça s'apprend», jeudi 3 septembre, 19 h 30, Restaurant de l'Aigle-Noir, rue des Alpes 10, Fribourg. Inscriptions: bureau FRC Conseil de Fribourg.

JURA La FRC sera présente lors du Marché-Concours de Saignelégier, samedi 8 et dimanche 9 août de 9 h à 13 h. Venez nous rendre visite!
La section **désire étoffer son équipe de bénévoles:** Vous avez de l'intérêt pour conseiller et défendre les consommateurs, le conseil en budget, les dossiers agriculture et alimentation, donner des cours organisés par la FRC?
Contactez Josiane Daepp, présidente de la section: tél. 032 422 35 67.

ADRESSES DES SECTIONS CANTONALES

FRIBOURG
Rue de l'Hôpital 2,
CP 553, 1701 Fribourg
Ouvert: ma et ve de 9 h à 11 h
FERMÉ du 11 juillet au 28 août, sauf les 14 et 21 juillet.
Tél. 026 322 28 07
fribourg@frc.ch
Consultation budget sur rendez-vous
Tél. 026 322 28 40
Présidente: Dana Raemy

VALAIS
R. des Châteaux 2,
CP 2195, 1950 Sion 2
Ouvert: ma de 9 h à 11 h et je de 14 h à 17 h
FERMÉ du 6 juillet au 24 août.
Tél./fax 027 323 21 25,
sion@frc.ch
Coprésidents: Claire-Lise Garcia
cl.garcia@bluewin.ch
Albert Roten, a.roten@frc.ch

NEUCHÂTEL
Rue Louis-Favre 1,
2000 Neuchâtel
Ouvert: ma de 14 h à 17 h
FERMÉ du 14 juillet au 11 août 2009.
Tél. 032 724 40 55
Fax 032 724 28 80
neuchatel@frc.ch
Présidente:
Nicole Humbert-Droz
nicole.humbertdroz@gmail.com

JURA BERNOIS
Quai du Haut 12,
CP 386, 2502 Bienne.
Ouvert le jeudi de 16 h à 18 h 30.
FERMÉ du 6 juillet au 16 août.
Tél./fax 032 322 28 23
frc-bienne@bluewin.ch.

GENÈVE
Pl. de la Synagogue 2,
CP 5451, 1211 Genève 11
Ouvert: ma et je de 9 h à 12 h
FERMÉ du 3 juillet au 17 août
Tél./fax 022 781 25 79
Présidente: Renée Roulet

VAUD
Cf. Permanence ci-dessous.
Président:
Theo Bondolfi,
vaud@frc.ch

JURA
R. des Granges 12, 2800 Delémont
Ouvert: ma de 14 h à 17 h
FERMÉ du lundi 07 juillet 2009 au lundi 17 août
Tél./fax 032 422 20 20
delemont@frc.ch
Présidente: Josiane Daepp
j.daepp@frc.ch

Permanence Conseil

Les membres voudront bien indiquer leur numéro d'adhérent au début de chaque appel. Les témoignages doivent nous parvenir par courrier postal.
Rue de Genève 7, 1002 Lausanne
Tél. 0900 575 105 (2 fr. 85/min) pour les non-membres.
Tél. 0848 575 105 (tarif normal) pour les membres.
Fax 021 331 00 93 Ouvert les matins de 9 h à 13 h, sauf je de 13 h à 17 h. **Fermée du 20 juillet au 16 août**

ASSEMBLÉE DES DÉLÉGUÉS
Les cinquantièmes gagnants

Monika Dusong, présidente, accueille la conseillère fédérale Doris Leuthard. La cheffe du Département de l'économie a notamment promis de renforcer le soutien de la Confédération aux organisations de consommateurs dès 2011, si celles-ci collaborent plus étroitement.

Amelia Christinat, ancienne conseillère nationale, est l'une des pionnières de la FRC qui ont raconté les débuts du mouvement des consommatrices.

«Je vous remercie d'exprimer la voix des consommateurs avec tant de ténacité et de fermeté, et de donner ainsi une voix à ceux qui ne sont pas forcément toujours les premiers à être entendus.» L'hommage de la conseillère fédérale Doris Leuthard aux pionnières de la défense des consommateurs, et à leurs successeurs, était une première. Pour fêter dignement son demi-siècle de combats, la FRC s'est offert une assemblée des délégués en forme d'événement. Le 6 juin dernier, ce sont cinquante ans d'histoire qui ont été évoqués par de nombreux invités.

Des femmes qui font l'histoire

Deux militantes de la première heure, Amelia Christinat et Marie-Lise Monod, ont notamment rappelé comment elles devaient affronter commerçants et chefs d'entreprises qui n'avaient pas l'habitude de voir des femmes se mettre en travers de leur chemin. «Le journal *J'achète mieux* (*ndlr: aujourd'hui* «*FRC Magazine*») a été lancé sur le mode du journalisme d'investigation pour appuyer les actions concrètes de la FRC et ne lui a pas valu que des amis», s'est amusée à rappeler Amelia Christinat.

L'assemblée a aussi connu une partie statutaire pendant laquelle les comptes ont été adoptés, avec un bénéfice de 45 000 fr. Le budget a également été voté, et trois nouveaux membres du Comité directeur ont été élus. Il s'agit de Lucien Erard, Jean-Marc Revaz et Albert Roten.

Se payer la tête du directeur de La Poste rien qu'en lisant les tarifs du courrier: le talent de l'humoriste Marc Donet-Monet a fait mouche, pour clore la journée en beauté.

Photos Jean-Bernard Sieber

Couverture: Photo Jean-Bernard Sieber/Photomontage Atelier Graphique

JAB 1002 Lausanne